

HUBUNGAN IKLAN MEDIA CETAK DENGAN MINAT MEMBELI

**(Study Korelasi antara Daya Tarik Iklan Media Cetak dengan Minat
Membeli Blackberry di Visitel Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

DIMAS BRAMANTIO

06 09 03013 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2011**

HALAMAN PERSETUJUAN

HUBUNGAN IKLAN MEDIA CETAK DENGAN MINAT MEMBELI

**(Study Korelasi antara Daya Tarik Iklan Media Cetak dengan Minat Membeli
Blackberry di Visitel Yogyakarta)**

SKRIPSI

**Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Disusun oleh:

DIMAS BRAMANTIO

No. Mhs: 06 09 03013

DISETUJUI OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dhyah Ayu Retno W., S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **HUBUNGAN IKLAN MEDIA CETAK DENGAN MINAT MEMBELI (Study Korelasi antara Daya Tarik Iklan Media Cetak dengan Minat Membeli Blackberry di Visitel Yogyakarta)**

Penyusun : Dimas Bramantio

NIM : 06 09 03013 / Kom

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : Rabu / 12 Oktober 2011

Pukul : 12:00

Tempat : Ruang Pendadaran 1 Lt.2 FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Tim Penguji

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.
Penguji Utama

Dhyah Ayu Retno W., S. Sos., M.Si.
Dosen Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.
Dosen Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dimas Bramantio
No.Mahasiswa : 06 09 03013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Hubungan Iklan Media Cetak Dengan Minat Membeli
(Penelitian Korelasi Antara Daya Tarik Iklan Media Cetak
Dengan Minat Membeli Blackberry di Visitel Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Tulis Tugas Akhir ini benar-benar saya susun sendiri tanpa plagiarisme ataupun hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material atau non material, ataupun segala kemungkinan yang pada hakikatnya bukan karya tulis tugas akhir yang orisinal dan otentik.

Apabila dikemudian hari ada ketidak sesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat pembatalan kelulusan atau kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran dan tanpa tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 27 Oktober 2011

Saya yang menyatakan,



Dimas Bramantio

ABSTRAK

HUBUNGAN IKLAN MEDIA CETAK DENGAN MINAT MEMBELI

(Study Korelasi antara Daya Tarik Iklan Media Cetak dengan Minat Membeli Blackberry di Visitel Yogyakarta)

Salah satu bentuk promosi untuk mempromosikan suatu produk yang cukup efektif adalah iklan. Iklan yang menarik akan dapat memberikan stimulus kepada konsumen sehingga konsumen berminat membeli produk yang diiklankan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui korelasi antara daya tarik iklan media cetak dengan minat membeli Blackberry di Visitel Yogyakarta.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar atau membagikan kuesioner kepada sampel penelitian. Uji instrumen menggunakan analisis validitas dan reliabilitas. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah korelasional dan untuk menguji hipotesis digunakan analisis korelasi *product moment*.

Variabel daya tarik iklan BlackBerry di media cetak masuk dalam kategori sedang dengan nilai *mean* sebesar 31,1. Dilihat per faktor, semua faktor pada variabel daya tarik iklan BlackBerry di media cetak masuk kategori sedang dengan *mean* tertinggi faktor *physical attributes* sebesar 10,8 dan *mean* terendah faktor asosiasi produk sebesar 10,1. Iklan BlackBerry belum mempunyai daya tarik yang tinggi karena pada umumnya iklan BlackBerry hanya menyajikan gambar bentuk dan model BlackBerry disertai harga dan toko tempat penjualannya. Variabel minat membeli BlackBerry di Visitel Yogyakarta masuk dalam kategori sedang dengan nilai *mean* sebesar 23,7. Dilihat per faktor, semua faktor pada variabel minat membeli BlackBerry di Visitel Yogyakarta masuk kategori sedang dengan *mean* tertinggi faktor perhatian dan rasa senang sebesar 7,9 dan *mean* terendah faktor keinginan sebesar 7,8. Minat membeli BlackBerry di Visitel Yogyakarta masuk kategori sedang karena minat dipengaruhi oleh daya tarik iklan dan daya tarik iklan BlackBerry hanya masuk kategori sedang. Uji hipotesis berdasarkan analisis korelasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi (r_{hitung}) sebesar 0,590 lebih besar dari r_{tabel} (0,250) untuk taraf signifikansi 5% atau $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis nol yang menyatakan “Tidak ada korelasi antara daya tarik iklan media cetak terhadap minat membeli BlackBerry di Visitel Yogyakarta” dinyatakan ditolak atau dengan kata lain terdapat korelasi antara daya tarik iklan media cetak dengan minat membeli BlackBerry di Visitel Yogyakarta.

Kata Kunci: daya tarik iklan, media cetak, minat membeli.

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Dream what you want to dream, go where you want to go, be what you want to be, because you have only one life, and one chance to do all the things you want in life

Kemenangan akan terasa lebih indah jika jalan yang kita lalui penuh berliku

I'm the masterpiece of my own life (The Secret)

Follow your bliss and the universe will open doors for you where there were only walls (Joseph Campbell)

*Whatever the mind of man can conceive, it can achieve
(B. Element Stone)*

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Pembimbingku Ibu Dhyah Ayu Retno W., M.Si.
Keluargaku tercinta: Alm. Sutomo & Sulastri S. Pd.,
M.M,
Dewi, Guruh, Yoenan, Olive, Yoerdan, Icha
Seluruh Insan yang menemani setiap langkahku.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa yang telah senantiasa menemani di setiap langkah, pekerjaan, dan selalu melimpahkan berkah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini merupakan pembahasan mengenai korelasi antara daya tarik iklan media cetak dengan minat membeli Blackberry di Visitel Yogyakarta. Blackberry diperkenalkan pertama kali pada tahun 1997 oleh perusahaan Kanada, Research In Motion (RIM). Penjualan Blackberry di Indonesia bersaing dengan produk-produk *handphone*, baik *handphone* yang sudah memiliki *brand* terkenal seperti Nokia, Sony Ericson, juga dengan *handphone* baru produk Cina. Salah satu bentuk promosi yang cukup efektif adalah iklan dan iklan yang paling efektif adalah melalui media cetak karena sifat media cetak yang bisa dibaca berulang-ulang. Iklan yang menarik diharapkan dapat memberikan stimulus kepada konsumen sehingga konsumen berminat membeli produk yang diiklankan.

Lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah Toko (*Counter*) HP Visitel di Jl. Affandi (Gejayan) Yogyakarta. Visitel dipilih sebagai lokasi penelitian, karena Visitel merupakan salah satu *counter* HP di Yogyakarta yang secara kontinyu melakukan promosi. Promosi yang dilakukan Visitel adalah dengan memasang iklan di beberapa media cetak terbitan Yogyakarta dan Jawa Tengah dan memanfaatkan media cetak lainnya seperti poster, leaflet, spanduk, dan *billboard*. Tujuan iklan yang dilakukan Visitel adalah agar konsumen mau membeli produk-produk Blackberry di Visitel.

Dalam penyelesaiannya, penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, yang senantiasa memberikan arahan, inspirasi, serta dukungan moril. Untuk itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan,berkah dan anugerahNya yang tak berkesudahan kepada penulis.
2. Ibu Dhyah Ayu R. W., M.Si. selaku dosen pembimbing saya yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan ibu membimbing saya, sehingga skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Terima kasih atas ilmu, perhatian, semangat, dan kepercayaannya, yang membuat saya terdorong untuk terus mengupayakan yang terbaik dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Dosen penguji Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA. dan Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si. selaku dosen penguji I dan II, yang telah memberikan masukan – masukan terhadap penelitian saya. Tuhan Memberkati.
4. Kedua orang tua saya, Alm. Sutomo dan Sulastri S.Pd.,M.M. atas semua cinta, kasih sayang, doa, perhatian, kesabaran, dukungan, fasilitas, dan semua yang tidak bisa saya sebutkan, sehingga apa yang saya impikan sedikit demi sedikit dapat saya raih dengan pasti. Saya tidak tahu bagaimana membalasnya, tetapi yang jelas saya selalu berupaya untuk melakukan yang terbaik agar kalian berdua bangga. Skripsi ini aku persembahkan kepada Papa dan Mama, sebagai wujud bakti dan pembuktian ku kepada kalian.
5. Kakak-kakakku Nurmala Citra Dewi dan Guruh Himawan Pramudianto, kakak-kakak iparku, Yoenandito Setiawan dan Venolya Olivizza Delaine, ponakan-ponakanku Yoerdan dan Yesicha, terima kasih atas segala

dukungan dan perhatian yang selama ini telah kalian berikan. Tuhan memberkati

6. Visitel Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan yang sangat berharga kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan memperoleh data - data sebagai unsur penting dalam pengerjaan dan penyelesaian skripsi ini. Khususnya mas Abdul Aziz selaku Supervisor dan mas Roni Santoso selaku koordinator yang setia dan kooperatif menjawab seluruh kebutuhan penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Tuhan memberkati.
7. Seluruh dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta masukan - masukan yang mendorong perkembangan penulis menjadi lebih baik. Tuhan memberkati.
8. Seluruh staf Tata Usaha Fakultas Fisip Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah berjasa mengurus segala kepentingan - kepentingan akademik penulis. Tuhan memberkati.
9. Seluruh keluarga besar Citra Djojoprajitno yang saya cintai. Tuhan memberkati.
10. Ayah angkat saya, bapak Rono Wibowo (Pak Roto) yang senantiasa memberikan dukungan, dan nasehat kepada saya. Tuhan memberkati.
11. Bapak J. Wacono, Ibu F. Putu Purwati, Hita Maria S., Matt Copus, dan Magali yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang dan dukungan kepada saya. Tuhan memberkati.
12. Mantan kekasih saya yang telah sempat menemani saya ± 7 tahun, yang senantiasa memberikan dukungan, kasih sayang, dan cintanya. Walaupun

sekarang tanpa dirimu lagi, aku tetap bisa membuktikan bahwa aku dapat menyelesaikan kuliah dengan baik. *God always bless you*

13. Bernadus Rangga W. yang selalu mendukung, menghibur serta menjaili saya. Tuhan memberkati.

14. Bapak Sugeng, yang selalu mendukung dan membantu saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tuhan memberkati.

15. Daniel Ramanda Panduwibawa Siregar yang selalu membantu saya ketika mengalami kebingungan dalam penyusunan skripsi ini. Tuhan memberkati.

16. Mas Roni, mas Sidh, Yudhistira Perdana, Daniel, Adrianus, Topan, Tiwi, Roy Desimoko, Anggi Wijayanti, Raisa, dan Stephanie Stacia, untuk persahabatan yang luar biasa. Semoga persahabatan kita abadi. Tuhan memberkati

17. Angga, Ridho, Hamenang, Hindra (simbah), Nonie, Ivan, Nocky, Erika, Topan, Peter, Olip, Ste, Prast, Edho, Sella, Dientha, Dhery, Beni Hoo, Dimbo, Ryandika, Niken, Kiki, Ranis, Budhi, Tonny, Aldo, Ncis, Ompong, Ovasa, Deddy, dan Iqbal, untuk pertemanan yang luar biasa. Tuhan memberkati.

18. Teman – teman Fisip – 06. Tetap semangat dan terus berprestasi. Semoga kita semua bisa mencapai cita - cita dan harapan yang diimpikan serta menggapai sukses di masa depan. Tuhan Memberkati.

19. Semua teman, sahabat, handai taulan yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa, mendukung, menghibur, menggil, dan mengerjai saya. *Love you always guys!!!*

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam – dalamnya atas segala bantuan yang telah tercurah dalam mendukung penyelesaian tugas akhir ini, serta penulis juga berharap skripsi ini senantiasa bermanfaat bagi pembaca dan dapat menambah ilmu pengetahuan. Amin

Yogyakarta, 27 Oktober 2011

Dimas Bramantio

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Abstraksi	v
Halaman Motto dan Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Teori	6
1. Komunikasi Pemasaran	7
2. Iklan.....	9
3. Perilaku Konsumen	20
F. Kerangka Konsep	29
G. Definisi Konseptual.....	31
H. Definisi Operasional.....	31
I. Hipotesis.....	34
J. Metode Penelitian.....	35
K. Teknik Pengumpulan Data.....	37
L. Pengujian Instrumen Penelitian.....	38
M. Metode Analisis Data	40

BAB II	PROFIL LOKASI PENELITIAN	43
	A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	43
	B. Pemasaran Visitel.....	45
	1. Iklan.....	45
	2. Promosi penjualan.....	46
	3. Aktivitas <i>Public Relations</i>	46
BAB III	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
	A. Analisis Validitas dan Realibilitas	48
	B. Hasil Penelitian	50
	1. Karakteristik Responden	50
	2. Analisis Deskriptif	54
	3. Uji Hipotesis	63
	C. Pembahasan.....	65
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN	75
	A. Kesimpulan	75
	B. Saran.....	76
	DAFTAR PUSTAKA	78
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Matrix Penelitian dan Hubungan antar Variabel	34
Tabel 2a Hasil Uji Validitas Instrumen	49
Tabel 2b Hasil Uji Realibilitas Instrumen	50
Tabel 3 Status kependudukan responden	51
Tabel 4 Status pekerjaan responden	52
Tabel 5 Tingkat pendidikan responden	52
Tabel 6 Tingkat pendapatan responden.....	53
Tabel 7 <i>Mean</i> Aritmatik Variabel Daya Tarik Iklan Media Cetak	56
Tabel 8 <i>Mean</i> aritmatik Berdasarkan Masing-masing Faktor	59
Tabel 9 <i>Mean</i> Aritmatik Variabel Minat Membeli Blackberry di Visitel Yogyakarta	60
Tabel 10 <i>Mean</i> Aritmatik Variabel Minat Membeli Blackberry di Visitel Yogyakarta Berdasarkan Masing-masing Faktor	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Proses Periklanan	11
Gambar 2. Model Perilaku Konsumen.....	22
Gambar 3. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	25
Gambar 4. Skema Hubungan Antar Variabel	30
Gambar 5. Bagan Struktur Organisasi Visitel Yogyakarta.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data Uji Coba Instrumen

Lampiran 3. Hasil Olah Data Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Tabulasi Data Daya Tarik Iklan

Lampiran 5. Hasil Olah Data Deskriptif Data Daya Tarik Iklan

Lampiran 6. Tabulasi Data Minat Membeli

Lampiran 7. Hasil Olah Data Deskriptif Minat Membeli

Lampiran 8. Hasil Olah Data Korelasi

Lampiran 9. Foto-foto Kegiatan dan Lokasi Penelitian

Lampiran 10. Contoh Iklan Visitel

Lampiran 11. Contoh Iklan Kecil Blackberry

Lampiran 12. Contoh Iklan *Fullpage* di tabliod PULSA & Kompas

Lampiran 13. Logo Perusahaan

Lampiran 14. Surat Keterangan Penelitian